

## **BAB III**

### **METODOLOGI**

#### **3.1. Metodologi Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang penulis gunakan adalah kualitatif. Penulis melakukan wawancara kepada Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung, Administrator Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Kelayang, Seorang Wisatawan Mancanegara, dan Seorang Wisatawan Nusantara. Proses pengumpulan data penulis dokumentasikan dengan media rekaman suara wawancara penulis dengan narasumber.

Selain itu, penulis juga mengumpulkan data melalui observasi lapangan, observasi eksisting, dan observasi referensi. Untuk mendukung kelengkapan data yang dibutuhkan dalam proses perancangan, penulis juga melakukan survei sederhana terhadap target potensial mengenai persepsi terhadap Tanjung Kelayang dan preferensi target terhadap wisata *island hopping*.

##### **3.1.1. Wawancara Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung**

Penulis melakukan wawancara kepada Bpk. Alex Suryadi, S.E., selaku pengurus Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata, dalam struktur organisasi Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung. Wawancara ini ditujukan untuk memperoleh informasi yang mendalam dan rinci mengenai destinasi pariwisata beserta profil wisatawan yang menjadi target.

#### **3.1.1.1. Proses Wawancara**

Sebelum wawancara, penulis telah terlebih dahulu meminta izin dan menjelaskan maksud dan tujuan kegiatan wawancara yang akan penulis lakukan. Proses izin dilakukan oleh penulis melalui kunjungan langsung ke Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung satu hari sebelum wawancara. Penulis menunjukkan identitas dan dokumen laporan tugas akhir untuk menjelaskan tujuan penulis. Pihak Dinas Pariwisata memberikan jadwal yang memungkinkan untuk melakukan wawancara, yaitu keesokan harinya, tanggal 19 Februari 2020, pukul delapan pagi, di Kantor Dinas Pariwisata. Penulis diarahkan untuk melakukan wawancara kepada Bapak Alex Suryadi, selaku Pengurus Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata yang bertanggung jawab langsung atas Kawasan Wisata Tanjung Kelayang.



Gambar 3.1. Dokumentasi Wawancara Dinas Pariwisata

Wawancara dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan oleh Dinas Pariwisata, yaitu pada hari Selasa, tanggal 19 Februari 2020,

pukul delapan pagi. Proses wawancara berlokasi di Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung, tepatnya di Jalan Depati Gedek No.17, Tanjung Pandan, Belitung; di dalam ruang kerja Bapak Alex. Sebelum proses wawancara dimulai, Bapak Alex selaku narasumber meminta penulis untuk menunggu sebentar untuk melakukan upacara apel.

Wawancara berlangsung selama kurang lebih setengah jam, dan didokumentasikan dengan rekaman wawancara yang penulis lakukan terhadap narasumber. Di luar proses wawancara, Bapak Alex selaku narasumber juga memberikan beberapa dokumen digital langsung kepada penulis, agar data dalam dokumen dapat penulis baca sendiri. Proses wawancara diakhiri dengan foto bersama penulis dengan narasumber, tepat di depan ruang kerja narasumber.

#### **3.1.1.2. Analisis Wawancara**

Sesuai dengan tujuan dilakukannya wawancara, penulis mengawali proses wawancara dengan menanyakan profil target wisatawan. Narasumber menjelaskan bahwa usia wisatawan yang ditargetkan relatif, tidak dapat disebutkan secara spesifik. Status ekonomi sosial target serta perkiraan biaya yang diperlukan untuk berkunjung ke destinasi juga tidak dapat disebutkan secara spesifik, karena berada di luar ranah Dinas Pariwisata. Menurut Narasumber, biaya berlibur ke Tanjung Kelayang biasanya ditentukan oleh pihak travel, dan Dinas Pariwisata hanya berperan sebagai pembina dalam bidang pariwisata.

Narasumber menyebutkan bahwa target utama adalah wisatawan mancanegara, dan target sekundernya adalah wisatawan nusantara. Total wisatawan yang ditargetkan pertahun adalah 500.000 wisatawan, untuk keseluruhan wilayah Pulau Belitung. Pada tahun 2018, target 500.000 wisatawan sempat tercapai dan terus meningkat sejak tahun 2015. Namun, pada tahun 2019 lalu, terjadi penurunan yang cukup signifikan, karena beberapa faktor. Beberapa faktor yang menyebabkan penurunan angka wisatawan yang berkunjung ke Belitung adalah lonjakan harga tiket pesawat serta kondisi politik di Indonesia.

Narasumber juga menjelaskan wisatawan mancanegara dengan jumlah terbanyak berasal dari Malaysia, sedangkan wisatawan nusantara dengan jumlah terbanyak berasal dari Jakarta dan Bandung. Dalam kurun waktu satu tahun, jumlah kunjungan wisatawan tidak selalu stabil. Jumlah kunjungan dinilai rendah pada bulan Januari dan Februari, dan mulai meningkat pada bulan Maret hingga Desember. Salah satu faktor yang mempengaruhi pola waktu kunjungan adalah pasang surutnya air laut dan ketinggian ombak yang dipengaruhi oleh cuaca. Pada bulan Januari dan Februari, curah hujan cenderung cukup tinggi, begitu pula dengan ombak disekitar wilayah pulau. Ketinggian ombak dan curah hujan yang tinggi mengakibatkan keterbatasan pengunjung untuk berwisata, terutama karena wisata yang ditawarkan adalah wisata bahari dan *island hopping*. Ketika ombak laut sedang tinggi, pengunjung tidak diperkenankan untuk melakukan *island hopping* maupun *diving*, karena

perairan Belitung termasuk perairan yang cukup dalam, sehingga resiko bahaya kecelakaan menjadi tinggi bagi wisatawan.

Terkait dengan penurunan angka wisatawan, pihak Dinas Pariwisata melakukan beberapa upaya, salah satunya adalah dengan bekerja sama dengan beberapa maskapai internasional. Kerja sama yang dilakukan adalah penyelenggaraan penerbangan langsung atau *direct flight* dari luar negeri langsung ke Bandara H.A.S. Hanandjoeddin. Penyelenggaraan *direct flight* juga merupakan program lanjutan dari pengembangan bandara di Belitung sebagai bandara internasional. Saat ini pihak Dinas Pariwisata baru bekerja sama dengan maskapai Malaysia, yaitu Air Asia. Kerja sama ini dinilai berdampak positif bagi pariwisata Belitung, dan terbukti efektifitasnya dari angka pengunjung wisatawan mancanegara terbanyak diduduki oleh Malaysia. Dinas Parwisata berencana untuk menambah kerja sama serupa dengan beberapa maskapai lainnya, seperti Jet Star dari Singapore. Kerja sama ini diharapkan terus berlanjut dan dapat meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung.

Pertanyaan berikutnya yang penulis ajukan kepada narasumber adalah mengenai kawasan wisata Tanjung Kelayang. Beberapa jenis wisata yang berbeda ditawarkan di Kawasan Tanjung Kelayang, seperti wisata pantai, wisata bahari/bawah laut (*snorkeling* dan *diving*), dan *island hopping*. Wisata yang menjadi *highlight* di daerah Tanjung Kelayang sebenarnya bukan secara harafiah “Tanjung Kelayang”, tetapi

beberapa pulau indah yang terdapat pada Kawasan Tanjung Kelayang. Salah satu pulau yang terkenal indah dan menjadi unggulan adalah Pulau Lengkuas.

Pulau lengkuas berjarak sekitar 30 menit menggunakan perahu dari Tanjung Kelayang. Terdapat sebuah menara mercusuar peninggalan Belanda yang masih berdiri kokoh hingga saat ini. Mercusuar ini memiliki daya tarik historis bagi pengunjung dari berbagai wilayah, baik mancanegara maupun nusantara. Mercusuar di Pulau Lengkuas telah dibangun sejak tahun 1882 dan telah berusia kurang lebih 138 tahun. Keberadaan mercusuar ini tidak memiliki latar belakang sejarah yang berkaitan langsung dengan masa penjajahan Belanda, tetapi mercusuar ini memang digunakan pada masa itu untuk kepentingan pelayaran. Mercusuar dibangun di Pulau Lengkuas, karena dianggap sebagai lokasi yang strategis untuk memantau pelayaran di daerah Indonesia Barat dan sepanjang garis Indonesia Utara, dari dan menuju Kepulauan Riau. Bahkan juga digunakan untuk memantau pelayaran dari dan menuju Indonesia melalui jalur utara. Pulau Lengkuas berada di barat laut Pulau Belitung, dan menghadap ke laut lepas. Belanda membangun dua buah mercusuar di Belitung, yaitu di utara dan di selatan. Mercusuar ini menjadi sangat ikonik dan sering kali dijadikan ikon pariwisata Belitung oleh masyarakat.

Kemudian penulis juga mengkonfirmasi data yang penulis dapatkan dari hasil observasi pribadi, bahwa Tanjung Kelayang

merupakan gerbang masuknya wisatawan mancanegara. Narasumber membenarkan data tersebut dengan penjelasan, bahwa setiap tahun, tepatnya pada bulan Oktober, memang diadakan *event* tahunan. *Event* tahunan yang dimaksud adalah *Sail Indonesia*, atau juga dikenal dengan nama lain *Sail Wakatobi Belitung*. *Event* ini telah berlangsung sejak 2011 dan terus berlanjut setiap tahun hingga saat ini. Pada *Event* ini, sejumlah wisatawan mancanegara berlabuh di Belitung pada bulan Oktober, menggunakan *yacht* dan/atau *cruise* milik pribadi. Wisatawan mancanegara ini berlayar mengelilingi Indonesia selama beberapa minggu atau bulan. Peserta *event* umumnya akan menginap di kawasan Tanjung Kelayang selama tiga hari atau tiga malam, di dalam *cruise* masing-masing. Narasumber juga menjelaskan bahwa hampir semua peserta merupakan Warga Negara Asing, sangat jarang ditemukan Warga Negara Indonesia yang terlibat dalam *event* ini.

Dalam menyambut kunjungan wisatawan *Sail Indonesia*, pemerintah daerah juga memberikan pelayanan dalam rupa ajakan untuk berinteraksi dengan warga setempat, agar wisatawan dapat lebih mengenal dan tertarik untuk mengeksplorasi budaya Belitung, tidak hanya menginap di laut. Narasumber menjelaskan, bahwa Tanjung Kelayang merupakan lokasi strategis yang berperan sebagai gerbang masuk wisatawan mancanegara menuju Belitung. Tetapi tidak berhenti disitu, kawasan lain di Belitung juga terus dikembangkan untuk mendukung pariwisata.

Pertanyaan berikutnya yang penulis ajukan terkait dengan status 10 Destinasi Pariwisata Prioritas dan keadaan di lokasi. Narasumber menyebutkan bahwa status 10 Destinasi Pariwisata Prioritas yang diberikan kepada Tanjung Kelayang sangat membantu bagi pariwisata Belitung secara keseluruhan, tidak hanya daerah Tanjung Kelayangnya saja. Salah satu dampak positif yang dirasakan adalah aliran dana dari pemerintah pusat untuk pembangunan pariwisata Belitung cukup besar dan memadai, sehingga pembangunan dapat dilakukan dengan efektif dan cepat. Bahkan saat ini, banyak daerah lain (di luar Belitung) juga berusaha untuk mendapat gelar Destinasi Pariwisata Prioritas agar dapat merasakan dampak yang sama dan bantuan dalam pembangunan pariwisata daerahnya. Selain itu, penduduk Belitung juga sudah ada yang membangun bisnis, baik besar maupun kecil, yang mendukung pariwisata. Bisnis penduduk berupa produksi kerajinan dan kuliner khas daerah. Saat ini, pemberdayaan masyarakat untuk terus berbisnis masih terus dibina dan dikembangkan oleh pemerintah.

Pertanyaan terakhir yang penulis berikan menutup proses wawancara. Penulis mengajukan pertanyaan kepada narasumber, sebagai perwakilan Dinas Pariwisata yang bertanggung jawab atas pengembangan destinasi pariwisata, mengenai persepsi yang diinginkan terhadap Tanjung Kelayang. Narasumber memberikan jawaban bahwa Tanjung Kelayang diharapkan dapat dilihat sebagai lokasi wisata bahari dan *historical*, dan selebihnya sebagai pendukung saja.



### **3.1.1.3. Kesimpulan Wawancara**

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Tanjung Kelayang merupakan daerah yang berperan sebagai gerbang masuknya wisatawan mancanegara ke Belitung. Dinas Pariwisata menargetkan 500.000 kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara per tahun. Persepsi yang diinginkan adalah Tanjung Kelayang sebagai lokasi wisata bahari dan *historical* di Belitung.

### **3.1.2. Wawancara Administrator KEK Tanjung Kelayang**

Penulis melakukan wawancara kepada Bpk. Mey Penus Beinlie, S.H., selaku Kepala Unit Monitor dan Pengawasan KEK Tanjung Kelayang. Wawancara ini ditujukan untuk memperoleh informasi yang mendalam dan rinci mengenai Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Kelayang.

#### **3.1.2.1. Proses Wawancara**

Sebelum melakukan wawancara, penulis telah lebih dahulu menghubungi kantor Administrasi KEK Tanjung Kelayang melalui telepon. Penulis menyampaikan maksud dan tujuan serta meminta izin untuk melakukan wawancara kepada Kepala Administrator KEK Tanjung Kelayang. Pihak Administrator KEK Tanjung Kelayang membutuhkan waktu kurang lebih 10 hari untuk memberikan izin wawancara. Penulis juga diminta untuk mengirimkan surat digital resmi dari universitas sebagai bagian dari prosedur dan prasyarat untuk mendapat izin wawancara. Penulis mendapat konfirmasi izin dan jadwal wawancara pada hari Senin, 17 Februari 2020. Namun, pada jangka waktu yang cukup panjang, Kepala

Administrator KEK Tanjung Kelayang sedang bertugas di luar kota dan tidak dapat ditemui, sehingga wawancara diwakilkan oleh Kepala Unit Monitor dan Pengawasan KEK Tanjung Kelayang. Wawancara dijadwalkan pada hari Kamis, 20 Februari 2020, di Kantor Administrator Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Kelayang.



Gambar 3.2. Dokumentasi Wawancara Administrator KEK

Menanggapi jadwal tersebut, penulis hadir ke lokasi wawancara pada hari yang telah ditentukan, pukul 14.00 WIB. Wawancara dilaksanakan di Ruang Kerja Kepala Administrator, di Gedung Kantor Administrator Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Kelayang. Kantor berlokasi di Jalan Yos Sudarso No. 18, Tanjung Pandan, Belitung. Proses wawancara berlangsung selama kurang lebih 60 menit atau 1 jam. Wawancara ini didokumentasikan melalui media rekaman suara dan foto bersama narasumber. Di luar kegiatan wawancara, narasumber juga mengirimkan beberapa data digital langsung kepada penulis.

### 3.1.2.2. Analisis Wawancara

Pertanyaan pertama yang penulis ajukan berkaitan dengan fasilitas dan jenis pariwisata di lokasi. Narasumber menjelaskan Tanjung Kelayang menyediakan wisata bahari, dan berbagai fasilitas pendukung pariwisata, seperti hotel atau penginapan, restoran, klinik dan supermarket, serta berbagai fasilitas pendukung lainnya. Fasilitas ini merupakan hasil kelola KEK maupun milik masyarakat setempat, dalam rupa UMKM.

Narasumber juga menjelaskan, bahwa daerah Kawasan Ekonomi Khusus sebenarnya berpusat di Desa Tanjung Binga, di kecamatan Sijuk, kecamatan yang sama dengan Tanjung Kelayang, tetapi tidak persis berada di daerah Tanjung Kelayang. Pembangunan Kawasan Ekonomi Khusus dilakukan di Desa Tanjung Binga karena lokasinya yang lebih memungkinkan, tetapi nama KEK tetap menggunakan nama Tanjung Kelayang sebagai tujuan *branding*. Tanjung Kelayang dinilai cukup dikenal oleh wisatawan nusantara maupun mancanegara, dan memiliki potensi yang besar, sehingga digunakan namanya sebagai KEK. Narasumber menyebutkan bahwa Tanjung Kelayang adalah ikon dan lokasi paling indah di Belitung.

Kawasan Ekonomi Khusus yang dimaksud ditetapkan sebagai lokasi yang ditentukan untuk dibangun demi kepentingan ekonomi. Pembangunan yang diharapkan adalah yang berkaitan dengan pariwisata atau pendukung pariwisata, seperti hotel, fasilitas kesehatan, kuliner, atau kebutuhan pariwisata lainnya. Saat ini KEK telah beroperasi dan

menerima berbagai investor yang mengurus administrasi untuk mulai membangun wilayah KEK. Salah satu *pilot project* yang telah selesai dibangun dan akan segera diluncurkan adalah Hotel Sheraton.

Keberadaan KEK ditujukan untuk membangun daerah menjadi pusat pariwisata *high end*, dengan pasar internasional. Kawasan Ekonomi Khusus diharapkan juga dapat menarik investor baik dari dalam maupun luar negeri untuk mendukung pembangunan. Pembangunan kawasan diharapkan nantinya mampu menjadi lapangan kerja yang baru dan menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Seluruh proses ini direncanakan agar memiliki *massive effect* bagi masyarakat Belitung, sehingga terjadi peningkatan kesejahteraan ekonomi rakyat.

Saat ini penduduk juga telah turut berpartisipasi dalam pembangunan KEK dengan pengadaan bisnis dalam wujud UMKM. Masyarakat sekitar umumnya memulai usaha penginapan atau homestay dan kuliner. Beberapa diantaranya juga membuka usaha galeri dan menjual cinderamata, atau produk-produk tradisional. KEK juga bekerja sama dengan paguyuban seni tari, untuk melakukan pengadaan pertunjukan atau aktifitas seni di daerah KEK, sebagai daya tarik yang mendukung untuk pengunjung. Aktifitas seni tari ditujukan agar wisata yang ditawarkan bukan hanya berbasis alam saja, tetapi juga budaya.

Narasumber menjelaskan nilai utama yang ditanamkan dari KEK Tanjung Kelayang adalah *Eco-Tourism*. *Eco-Tourism* berarti pariwisata

yang peduli terhadap lingkungan. Seluruh pembangunan dan program pariwisata yang direncanakan, termasuk pembangunan kawasan didasari dengan perhatian dan kesadaran untuk mempertahankan lingkungan yang baik dan keindahan alam. Pembangunan yang dilakukan juga didasari banyak pertimbangan dan berbagai faktor demi menjaga keindahan alam Belitung. Selain itu, narasumber juga menyebutkan bahwa persepsi yang diharapkan terhadap Tanjung Kelayang adalah pariwisata *high end* dan *ekspatriat*. Karena seluruh pembangunan yang sedang berjalan memang ditujukan untuk mendirikan kawasan wisata *high end*.

#### **3.1.2.3. Kesimpulan Wawancara**

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa daerah Tanjung Kelayang dibangun sebagai daerah wisata *eco-tourism high end*, yang artinya menargetkan wisatawan internasional kelas atas, dan dilakukan dengan tetap memperhatikan lingkungan. Sehingga pariwisata utama yang ditawarkan memang berbasis keindahan alam, dan tidak terkikis pembangunan atau perkembangan daerah.

#### **3.1.3. Wawancara Wisatawan Mancanegara**

Penulis melakukan wawancara kepada Thomas dan Bev, dua orang wisatawan mancanegara yang sedang berkunjung ke Tanjung Kelayang. Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai latar belakang kunjungan, aktivitas, serta *user journey* secara keseluruhan mengenai Tanjung Kelayang.

#### **3.1.3.1. Proses Wawancara**

Proses wawancara dilakukan ditengah perjalanan penulis ketika melakukan island hopping di kawasan Tanjung Kelayang. Penulis bertemu dengan narasumber di salah satu pulau, yaitu Pulau Kepayang. Sebelum melakukan wawancara, narasumber sedang bersantai bersama keluarganya di pinggir pantai. Narasumber sedang bermain bola pantai bersama saudaranya dan orang tuanya sedang menikmati makan siang di sebuah meja lipat. Selain melakukan wawancara, penulis juga melakukan observasi terhadap kegiatan yang dilakukan oleh narasumber.

Penulis menghampiri narasumber dan menjelaskan tujuan wawancara. Narasumber menjelaskan beberapa hal terkait perjalanannya dan tujuan kunjungan yang dilakukannya. Wawancara dilakukan siang hari, sekitar pukul 11:00 selama kurang lebih 10 menit. Proses wawancara didokumentasikan dengan rekaman audio.

#### **3.1.3.2. Analisis Wawancara**

Melalui wawancara ini, narasumber berkewarganegaraan Switzerland yang sedang berlibur di Kawasan Tanjung Kelayang menyampaikan bahwa mereka berlibur bersama keluarganya, kedua orang tua dan kakek neneknya. Kunjungan ini bukanlah kunjungan pertama narasumber, beliau cukup sering berkunjung ke destinasi ini karena memang sudah memiliki rumah di Jakarta dan di Belitung. Narasumber juga menjelaskan keberangkatannya ke destinasi ini ditempuh menggunakan pesawat dari Jakarta dan mendarat di Bandara Hanandjoeddin, Tanjung

Pandan. Kemudian berkendara menggunakan mobil pribadi menuju ke Pantai Tanjung Kelayang dan berlayar menggunakan kapal pribadi untuk melakukan island hopping.

Salah satu kegiatan yang paling disukai narasumber untuk dilakukan di Tanjung Kelayang adalah berenang, karena airnya yang bersih dan lokasinya yang cukup tenang. Bagi narasumber, selama berlibur di Tanjung Kelayang, tidak sulit untuk berkomunikasi dengan penduduk sekitar maupun orang-orang yang memang bersentuhan langsung dengan kegiatan narasumber seperti supir, nahkoda atau perawat kapal, atau bahkan turis lain. Narasumber memilih untuk berkunjung ke Tanjung Kelayang karena lokasinya yang dekat dari Jakarta dan keindahan alamnya. Kunjungan yang sedang dilakukan narasumber ke Pulau Kepayang ditujukan untuk makan siang, karena Pulau Kepayang menyediakan sebuah restoran atau warung yang cukup besar, hampir seluas pulau. Menurutnya, Pulau Kepayang sendiri juga memiliki daya tarik, karena menyediakan sebuah restoran ditengah laut.

Beliau menjelaskan bahwa daerah Tanjung Kelayang dinilai menarik atas keindahan alamnya. Beberapa pulau yang paling disukai narasumber adalah Pulau Lengkuas dan Pulau Burung. Pulau Lengkuas dianggap menarik dan sangat ikonik, karena keberadaan mercusuaranya yang kuno. Sedangkan Pulau Burung disukai narasumber karena merupakan spot berenang yang baik, tenang, dan tidak terekspos.

Narasumber juga menyebutkan beberapa objek yang dianggap ikonik dan dapat mewakili Tanjung Kelayang, yaitu mercusuar dan batu granit.

### **3.1.3.3. Kesimpulan Wawancara**

Dari wawancara yang penulis lakukan, dapat disimpulkan persepsi wisatawan mancanegara yang menjadi narasumber terhadap Tanjung Kelayang adalah destinasi wisata dengan suasana yang tenang, dan objek yang ikonik adalah mercusuar dan batu granit raksasa.

### **3.1.4. Wawancara Wisatawan Nusantara**

Penulis melakukan wawancara kepada Ibu Aling, selaku wisatawan nusantara yang sedang berkunjung ke kawasan Tanjung Kelayang. Wawancara yang penulis lakukan ditujukan untuk memperoleh informasi mendalam mengenai pengalaman, motivasi, serta *user journey* wisatawan nusantara terkait kunjungannya ke kawasan wisata Tanjung Kelayang. Selain melakukan wawancara, penulis juga melakukan observasi terhadap kegiatan narasumber.

#### **3.1.4.1. Proses Wawancara**

Wawancara dilakukan saat penulis bertemu dengan narasumber, ketika akan berangkat *island hopping*. Saat ditemui, narasumber sedang bersantai bersama keluarganya sambil menunggu keberangkatan kapal. Keluarga narasumber berjumlah 5 orang, narasumber bersama dengan suaminya, satu anak perempuan, dan dua anak laki-laki. Penulis menghampiri narasumber untuk berbincang dan menjelaskan tujuan wawancara penulis, menanyakan kesediaan narasumber untuk



diwawancara. Setelah narasumber menyatakan kesediaannya, penulis melakukan wawancara selama kurang lebih 10 menit.



Gambar 3.3. Dokumentasi Wawancara Wisatawan Nusantara

Wawancara berlangsung di kawasan Tanjung Kelayang, sekitar pukul 9.30 pagi. Proses ini didokumentasikan dalam rupa rekaman audio serta foto penulis bersama narasumber yang diambil di salah satu kapal.

#### **3.1.4.2. Analisis Wawancara**

Dalam wawancara yang dilakukan, narasumber menceritakan bahwa ia berasal dari daerah Belinyu, Pulau Bangka, dan sedang melakukan kunjungan wisata bersama keluarganya ke Belitung. Kunjungan ini adalah kunjungan pertama narasumber ke Tanjung Kelayang. Sebelumnya, narasumber sudah pernah berkunjung ke Belitung, namun belum pernah berwisata ke kawasan Tanjung Kelayang.

Narasumber mengetahui keberadaan destinasi wisata Tanjung Kelayang dari berita, teman, keluarga, dan media sosial. Narasumber dan keluarganya berangkat dari Bangka ke Belitung menggunakan pesawat, mendarat di Bandara Hanandjoeddin, Tanjung Pandan. Beliau sekeluarga menginap di sebuah rumah, sekitar 30 menit dari Tanjung Kelayang. Aktivitas yang dilakukan narasumber dan keluarganya ketika tiba di Tanjung Kelayang adalah bersantai, berenang, dan menyebrang ke pulau.

Bagi narasumber, tidak sulit untuk berkomunikasi dengan penduduk setempat, maupun pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan wisata, seperti nelayan atau pemilik kapal. Narasumber juga membeli cinderamata berupa aksesoris ketika berkunjung. Menurutnya, biaya untuk berwisata di daerah Tanjung Kelayang cukup standar, tidak mahal, tetapi juga tidak murah.

Narasumber memilih Tanjung Kelayang sebagai destinasi wisata keluarganya dengan alasan keindahan alam lokasinya, dan sudah terkenal sebagai destinasi wisata. Baginya, keunikan Tanjung Kelayang adalah keunggulan geostrategis, pasir yang putih, serta granit raksasa. Granit raksasa ini juga dianggap sebagai salah satu objek yang paling ikonik bagi narasumber. Narasumber juga menjelaskan pendapatnya, bahwa Tanjung Kelayang bisa jadi mampu bersaing secara internasional, dalam artian mampu bersaing dengan pantai-pantai lainnya di dunia yang sudah lebih dahulu dikenal wisatawan dengan keindahannya.

#### **3.1.4.3. Kesimpulan Wawancara**

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan, motivasi kunjungan dipengaruhi oleh keindahan alam destinasi, serta statusnya sebagai destinasi wisata yang sudah akrab dikenal masyarakat. Objek yang dianggap ikonik bagi Tanjung Kelayang adalah batu granitnya yang menghiasi garis pantai Tanjung Kelayang dan kepulauannya.

#### **3.1.5. Observasi Partisipatoris terhadap *User Journey***

Observasi ini dilakukan penulis pada lokasi destinasi, dengan penulis sebagai wisatawan nusantara. Observasi ditujukan untuk memperhatikan *experience*, persepsi wisatawan, serta *user journey* secara detil dan mendalam. Kegiatan observasi didokumentasikan dalam bentuk rekaman video dan foto oleh penulis.

##### **3.1.5.1. Proses Observasi**

Observasi penulis lakukan selama 4 hari 3 malam, selama berkunjung ke Pulau Belitung, Selasa 18 Februari 2020 hingga Jumat 21 Februari 2020. Penulis berangkat dari Jakarta pada hari Selasa pagi, dari Bandar Udara Soekarno Hatta, terminal 1B. Penerbangan dilakukan dengan maskapai Lion Air, dari Soekarno Hatta menuju ke H.A.S. Hanandjoeddin di Tanjung Pandan, Belitung. Penerbangan berlangsung selama kurang lebih 60 menit. Untuk melakukan reservasi penerbangan, penulis menggunakan *platform digital* pegipegi.com langsung dari *website*. Sebelum keberangkatan, penulis telah menghubungi jasa rental kendaraan.

Bandara Internasional H.A.S. Hanandjoeddin berlokasi di Jalan Buluh Tumbang, Tanjung Pandan, Belitung. Ketika sampai di Bandara Internasional H.A.S. Hanandjoeddin, penulis diarahkan untuk menuju ke ruang kedatangan dan pengambilan bagasi. Lapangan landas pacu bandara sudah cukup panjang dan memadai, pernyataan ini juga didukung dengan data dari website Angkasa Pura yang menuliskan bahwa landas pacu bandara dapat didarati pesawat sekelas Boeing 737-800NG, 737-900ER, serta Airbus A320 (Angkasa Pura, 2017). Meskipun memiliki landas pacu yang sudah memadai, bangunan Bandara Internasional H.A.S. Hanandjoeddin berukuran relatif kecil, hanya terdiri dari satu bangunan utama, berisi 3 ruangan: ruang *check in*, ruang tunggu keberangkatan, dan ruang kedatangan. Bangunan juga tidak bertingkat, hanya terdiri dari satu lantai saja. Pada bagian depan bangunan terdapat beberapa loket untuk transaksi langsung pembelian tiket penerbangan. Lapangan parkir bandara cukup luas, menampung cukup banyak kendaraan bermotor roda dua dan roda empat, bahkan bus.



Gambar 3.4. Bandara Internasional H.A.S. Hanandjoeddin

Dalam ruang kedatangan, terdapat sebuah instalasi *photobooth* sederhana dengan tulisan “Belitong” dengan latar panorama keindahan

alam Belitung. Tepat di depan pintu masuk ruang kedatangan juga terdapat sebuah *booth* informasi milik Dinas Pariwisata. Ukuran *booth* sekitar 4meter persegi, dengan tinggi yang sama dengan tinggi ruangan. Terdapat seorang petugas Dinas Pariwisata pada *booth*, yang akan menyapa pengunjung yang mendekati *booth*. Petugas menawarkan pengunjung untuk masuk ke *booth* dan memberikan brosur, serta memperlihatkan video dan peta wisata pulau Belitung. *Booth* informasi ini dipenuhi berbagai informasi yang cukup lengkap mengenai pariwisata Belitung, mulai dari lokasi wisata, transportasi publik, ketersediaan penginapan, hingga *event* yang dapat dihadiri oleh wisatawan.



Gambar 3.5. *Booth* Dinas Pariwisata dan *Calendar*

Tersedia juga informasi mengenai transportasi yang dapat digunakan wisatawan, berupa shuttle bus beserta kelengkapan rutenya

menuju berbagai destinasi wisata di Belitung. Penulis juga berbincang dengan petugas *booth* mengenai keadaan pariwisata Belitung dan tujuan kunjungan penulis. Petugas *booth* kemudian memberikan beberapa brosur mengenai pariwisata Kabupaten Belitung Timur, sebuah *Booklet* mengenai Pariwisata Provinsi Bangka Belitung, dan dua buah VCD produksi Pemerintah Provinsi Bangka Belitung terkait pariwisata. Selain itu, petugas *booth* juga menyarankan penulis untuk mengunjungi kantor Dinas Pariwisata jika ingin mendapat informasi yang lebih mendetail untuk kepentingan studi.

Penulis kemudian menuju ke lapangan parkir bandara, untuk serah terima kendaraan rental. Ketersediaan fasilitas rental kendaraan cukup baik, pengunjung dapat menyewa kendaraan roda empat maupun roda dua selama berada di Belitung. Harga sewa kendaraan roda empat dengan transmisi manual tanpa supir berkisar sekitar Rp250.000,00 perhari, atau Rp500.000,00 perhari termasuk jasa pengemudi dan bensin.

Penulis berkendara dari bandara menuju ke pusat kota selama kurang lebih 20 menit, untuk mencari penginapan. Penulis menggunakan aplikasi waze dan google maps untuk membantu bernavigasi menuju ke pusat kota. Jalan besar di Belitung berupa jalan beraspal dengan 4 jalur 2 arah, dengan sekat jalur hijau sebagai pembatas 2 arah yang berlawanan. Fasilitas jalan terbilang cukup baik, keadaan jalan tidak rusak dan rata, lengkap dengan marka jalan dan rambu lalu lintas. Arah jalan di Pulau Belitung juga tidak sulit untuk ditemukan karena hanya ada sedikit

persimpangan jalan, dan di setiap persimpangan terdapat papan penunjuk arah yang lengkap dan berstandar nasional.



Gambar 3.6. Fasilitas Jalan Raya

Kawasan pusat kota Tanjung Pandan adalah lokasi paling ramai dan lengkap di Pulau Belitung. Seluruh aktivitas perdagangan dan ketersediaan fasilitas publik yang memadai berlokasi di kawasan ini. Kawasan pusat kota dikenal dengan ikon Batu Satam atau Satam Square, yaitu sebuah tugu besar dengan batu berwarna hitam pekat di atasnya

sebagai ikon pusat kota. Penulis memilih untuk menginap di sebuah hotel tidak berbintang di pusat kota. Hotel Ocean, yang penulis tinggali berlokasi di Jalan Sijuk, dengan jarak 5 menit dari Satam Square.



Gambar 3.7. *Satam Square*

Meskipun hotel yang penulis tempati tidak berbintang, hotel ini memiliki fasilitas yang cukup untuk kegiatan sehari-hari maupun kegiatan berlibur dengan harga yang ekonomis. Hotel ini menyediakan fasilitas kamar tidur berukuran 5x5m dengan *Queen Bed*, televisi, kamar mandi dalam dengan *water heater*, *Wifi*, *AC*, satu buah meja dan kursi, serta satu buah lemari, dan jendela yang besar di salah satu sisi kamar. Hotel ini juga menyediakan sarapan bagi pengunjunnya dengan waktu serving sesuai dengan permintaan pengunjung. Hotel memiliki lapangan parkir yang luas, cukup untuk menampung belasan mobil. Hotel dengan harga Rp250.000,00 per malam ini tidak terlihat seperti hotel di Jakarta



yang bertingkat tinggi dan memiliki fasilitas lift atau meja resepsi yang formal, tetapi hanya bangunan sederhana bertingkat dua.

Setelah *check in* penginapan, penulis menuju ke kantor Dinas Pariwisata untuk membuat janji dan meminta ijin untuk melakukan wawancara. Jarak kantor Dinas Pariwisata hanya sekitar 12 menit dari penginapan penulis, kantor juga berlokasi di jalan yang mudah ditemukan, dekat dengan pantai Tanjung Pendam. Setelah mengunjungi kantor, penulis mencari makan siang di pusat kota, yaitu mie khas Belitung. Dan pada hari yang sama, penulis juga berkunjung ke Pantai Tanjung Kelayang, objek utama observasi penulis.

Pantai Tanjung Kelayang berjarak kurang lebih 27.5 km dari pusat kota, dan ditempuh selama 40 menit dengan mobil. Pada kunjungan pertama dalam observasi ini, penulis menggunakan alat bantu navigasi yaitu Waze, namun sebenarnya arah menuju Tanjung Kelayang dapat dengan mudah ditemui tanpa menggunakan alat bantu navigasi, karena hanya terdapat 3-4 persimpangan jalan, dengan penunjuk arah yang jelas di setiap persimpangan. Dalam perjalanan, penulis melewati kurang lebih 5 hotel dan *resort* berbintang yang menurut penulis sudah sangat memadai untuk ditempati wisatawan internasional kelas atas. Hotel dan *resort* tersebut adalah Fairfield by Marriott, Swiss-Bel Resort, Santika Premiere, BW Suite, dan Billiton Hotel. Jalan menuju Tanjung Kelayang tidak selebar jalan dari dan menuju bandara, jalan lebih sempit, hanya terdapat satu jalur untuk masing-masing arah berlawanan. Tetapi jalan

tetap terbilang bagus, tidak rusak, dilengkapi marka jalan, beraspal, serta memiliki rambu jalan dan papan informasi berstandar nasional.



Gambar 3.8. Swis Bel Resort

(Sumber: <https://www.booking.com/hotel/id/swiss-belresort-tanjung-binga.id.html>)

Penulis tiba di pantai Tanjung Kelayang sekitar pukul 3 sore, keadaan pantai sangat sepi pengunjung, tetapi terdapat banyak aktifitas penduduk lokal di pantai, seperti berdagang di restoran atau warung pinggir pantai, menjala ikan atau menangkap kerang. Beberapa pemilik kapal juga sempat menawarkan penulis untuk menyeberang ke pulau, untuk wisata *island hopping*.

Pantai Tanjung Kelayang memiliki lokasi resmi, yang terdiri dari sebuah gazebo atau aula terbuka besar, berlantai keramik; sebuah teater alam yang terbuka dengan bangku berundak; sebuah bangunan pusat informasi milik Dinas Pariwisata; kamar mandi umum dan kamar mandi

difabel; sebuah fasilitas bermain anak-anak berbentuk kapal; beberapa papan informasi dan edukasi *bilingual*; sebuah instalasi besar betuliskan “Tanjung Kelayang”; dan sebuah tugu batu Sail Wakatobi-BELITUNG tahun 2011.



Gambar 3.9. Kawasan Resmi Tanjung Kelayang

Di luar kawasan resmi ini, terdapat puluhan restoran atau warung sederhana milik penduduk lokal sepanjang pesisir pantai. Restoran dan warung ini menyediakan berbagai jenis makanan tradisional dan olahan laut, cinderamata khas Belitung, serta beberapa keperluan pariwisata pantai yang umum seperti *sunblock* atau biskuit untuk memberi makan ikan. Selain restoran dan warung, juga terdapat beberapa penginapan dan hotel kecil milik penduduk yang langsung menghadap ke laut. Pemandangan pantai terlihat indah dan tenang, jauh dari kebisingan perkotaan. Sangat jarang terdengar suara kendaraan bermotor atau

kebisingan lain. Hanya terdengar suara deruan ombak dan angin yang menghempas ke pepohonan di pesisir pantai, terkadang ditambah dengan suara mesin kapal kayu yang sedang beroperasi.



Gambar 3.10. Pesisir Pantai Tanjung Kelayang

Keadaan Pantai Tanjung Kelayang relatif bersih, dengan pasir putih yang halus dan air laut berombak, terdapat batu-batu granit kecil di pesisir pantainya. Batu granit raksasa juga terlihat di ujung pantai, membatasi kawasan Tanjung Kelayang dengan Tanjung Binga. Disekitar pantai terdapat banyak pepohonan rindang sehingga suasana pantai tidak terlalu panas dan cukup nyaman untuk berteduh.

Setelah selesai berkunjung ke Pantai Tanjung Kelayang, penulis melanjutkan perjalanan ke Pantai Tanjung Tinggi. Pantai Tanjung Tinggi berjarak sekitar 6.6 km dan dapat ditempuh selama sekitar 10 menit dari Tanjung Kelayang. Pantai Tanjung Tinggi merupakan salah satu situs geologi yang juga ramai pengunjung. Pantai ini mulai dikenal dan diminati masyarakat lokal maupun wisatawan internasional sejak digunakan sebagai lokasi *shooting* film Laskar Pelangi. Mirip dengan

Tanjung Kelayang, Tanjung Tinggi juga memiliki granit raksasa di garis pantainya. Granit-granit ini membentuk formasi dan menjulang sangat tinggi, hingga dapat dipanjat oleh pengunjung untuk menikmati pemandangan ke laut lepas. Pengunjung juga dapat berenang di daerah pantai ini, karena beberapa *spot* pesisir pantainya yang cukup landai. Di daerah pantainya, juga terdapat beberapa restoran dan warung sederhana yang menyediakan berbagai jenis kuliner khas daerah maupun olahan laut.



Gambar 3.11. Lapangan Pantai Tanjung Tinggi

Setelah mengamati keadaan pantai, penulis kembali ke penginapan dan mencari makan malam. Wisata kuliner malam di pusat kota juga terbilang mudah dicari, terdapat cukup banyak restoran yang menawarkan makanan khas Belitung maupun *fast food* seperti KFC dan AW. Penulis juga menghubungi salah satu pemilik kapal untuk melakukan reservasi *island hopping* di kawasan Tanjung Kelayang.

Pada hari kedua pagi, penulis kembali mengunjungi Kantor Dinas Pariwisata untuk melakukan wawancara sesuai dengan jadwal yang ditetapkan oleh pihak Dinas Pariwisata sebagai narasumber. Setelahnya,

penulis membeli makan siang untuk penulis dan untuk dua orang petugas kapal. Kemudian penulis langsung menuju ke Pantai Tanjung Kelayang untuk melakukan *Island Hopping*.

Saat melakukan *island hopping*, penulis menggunakan kapal kayu bermesin yang disewa seharga Rp500.000;00. Menurut petugas kapal, harga normal yang diberikan untuk wisatawan pada musim liburan adalah Rp850.000;00 untuk setiap perjalanan. Kapal kayu ini memiliki kapasitas tampungan hingga 20 orang penumpang, dengan 2 petugas operasional kapal. Harga sewa kapal belum termasuk harga sewa pelampung pengaman untuk pengunjung. Setiap pengunjung disarankan untuk memakai pelampung pengaman selama berada di kapal.



Gambar 3.12. Kapal Kayu di Tanjung Kelayang

Kegiatan *island hopping* berlangsung selama kurang lebih setengah hari, dengan kunjungan ke 5-6 pulau di kawasan Tanjung Kelayang. Pulau Kelayang adalah pulau terdekat dari pantai Tanjung Kelayang.

Pulau ini berjarak sekitar 20 menit menggunakan kapal kayu bermesin. Pulau terjauh adalah Pulau Lengkuas, yaitu pulau unggulan yang dijadikan destinasi ketika melakukan *island hopping*. Pulau Lengkuas berjarak sekitar 40 menit dari Pulau Kelayang. Saat kunjungan ini, petugas kapal menyatakan bahwa air laut sedang dalam kondisi pasang dan ombak dianggap cukup tinggi. Pada akhir perjalanan, cuaca cukup mendung dan sempat turun hujan lebat selama sekitar 20 menit.

Berangkat dari Tanjung Kelayang, penulis menuju lokasi pertama, yaitu Batu Garuda. Batu Garuda adalah sebuah lokasi ditengah laut, sangat dekat dengan Pulau Kelayang, dan hanya berupa tumpukan batu-batu granit raksasa. Batu Garuda juga seringkali disebut sebagai Pulau Batu Garuda, namun tempat ini tidak dapat dipijaki dengan mudah oleh wisatawan ketika air laut pasang, karena tidak ada lahan pasir untuk berlabuh, sehingga umumnya hanya dilihat dari kapal. Nama Batu Garuda diberikan atas wujud formasi batu granit raksasa yang menyerupai kepala burung garuda, dan mengacu pada cerita rakyat tentang burung garuda yang sedang mandi di laut, menghadap ke barat. Meskipun terdapat cerita rakyat mengenai Batu Garuda, batuan ini sebenarnya tercipta atas proses geologis yang alami, tanpa sentuhan manusia. Proses pembentukan batu granit yang muncul dipermukaan laut ini juga dijelaskan dalam papan informasi *bilingual* di kawasan resmi Pantai Tanjung Kelayang. Batu Garuda dan beberapa pulau yang juga



memiliki granit raksasa merupakan salah satu situs geologi Belitung yang diresmikan atas penghargaan UNESCO sebagai *Geosite*.



Gambar 3.13. Batu Garuda

Berpindah dari Batu Garuda, penulis langsung menuju ke Pulau Lengkuas. Perjalanan ke Pulau Lengkuas cukup jauh dan mengarah ke laut lepas, sehingga ombak yang dilalui juga cukup tinggi. Beberapa kali kapal yang penulis tumpangi terangkat dan terhempas ombak, hingga air laut membasahi sebagian besar kapal. Keadaan ini membuat wisata *island hopping* di Tanjung Kelayang kurang cocok untuk anak-anak yang terlalu kecil, atau lansia. Kunjungan akan lebih memungkinkan bagi anak-anak dan lansia, apabila menggunakan fasilitas kapal yang lebih stabil, berupa *yacht* atau *speedboat*, agar perjalanan lebih aman.

Pulau Lengkuas memiliki infrastruktur historikal yang ikonik, yaitu mercusuar yang dibangun oleh Belanda pada masa penjajahan.



Mercusuar ini telah berdiri sejak tahun 1882, dan saat ini berusia 138 tahun. Mercusuar dengan ketinggian kurang lebih 70meter dengan 313 anak tangga ini telah beberapa kali direnovasi. Menurut *booklet* yang dirilis Dinas Pariwisata, Pulau Lengkuas dan mercusuarinya telah menjadi ikon pariwisata Belitung. Selain mercusuar, pulau ini juga memiliki formasi granit raksasa yang indah dengan air yang jernih. Pengunjung dapat berenang diantara bebatuan atau memanjat ke atas granit untuk menikmati keindahan alam pulau ini. Terdapat juga beberapa kedai kopi dan warung sederhana yang menjual makanan dan kelapa untuk dinikmati pengunjung.



Gambar 3.14. Pulau Lengkuas

Sesudah mengelilingi Pulau Lengkuas, penulis diarahkan untuk menuju ke *spot snorkeling*, tidak jauh dari Pulau Lengkuas. Lokasi ini

memiliki air yang jernih dan tidak terlalu dalam, terdapat terumbu karang yang terlihat dari permukaan air. Karena memutuskan untuk tidak melakukan snorkeling, penulis hanya memberi makan ikan dari atas kapal. Penulis diinstruksikan untuk melemparkan remahan biskuit ke permukaan air, kemudian perlahan puluhan ikan kecil naik ke permukaan dan memakan remahan biskuit yang dilemparkan. Kegiatan memberi makan ikan juga merupakan salah satu kegiatan yang paling disukai oleh pengunjung, karena tidak perlu berenang atau masuk ke air untuk menikmati pengalamannya. Jika melakukan *snorkeling*, memberi makan ikan juga dapat dilakukan langsung di air, agar pengunjung dapat berenang diantara ikan-ikan kecil yang sedang diberi makan, sambil menikmati keindahan terumbu karang dibawahnya. Keadaan ombak di lokasi ini juga cukup tenang dan aman untuk melakukan snorkeling, karena dekat dengan formasi granit raksasa ditengah laut.

Kunjungan berikutnya adalah Pulau Kepayang. Pulau ini sangat sederhana dan kecil. Sebagian besar wilayah pulau digunakan sebagai warung atau restoran, yang berisikan puluhan meja makan dan atap dari kayu. Pulau ini biasa digunakan untuk lokasi makan siang pengunjung. Penulis juga bertemu dengan wisatawan mancanegara untuk melakukan wawancara di pulau ini. Pulau kepayang merupakan salah satu pulau yang paling gersang di kawasan ini, tetapi tetap memiliki pasir putih yang lembut dan bersih, serta air yang jernih dan formasi granit raksasa.

Setelah berkeliling di Pulau Kepayang, penulis menuju ke Pulau Batu Berlayar. Pulau ini mirip dengan Batu Garuda, karena hanya terdiri dari formasi batuan granit raksasa dan sedikit lahan pasir. Tidak ada tumbuhan atau fasilitas apapun di pulau ini. Luasnya juga sangat kecil dan dapat dikelilingi kurang dari 3 menit. Pulau Batu Berlayar merupakan salah satu lokasi foto favorit pengunjung karena formasi batuannya yang dianggap indah dan menarik. Namun, pulau ini tidak dapat dikunjungi pada saat air laut sedang pasang, karena lahan pasir akan tertutup dan hanya terlihat batunya saja. Ketika penulis berkunjung, waktu sudah menunjukkan cukup sore, dan air laut mulai surut. Ketika surut, penulis juga dapat menemukan bintang laut berukuran besar di pinggir pantai Pulau Batu Berlayar.



Gambar 3.15. Pulau Batu Berlayar

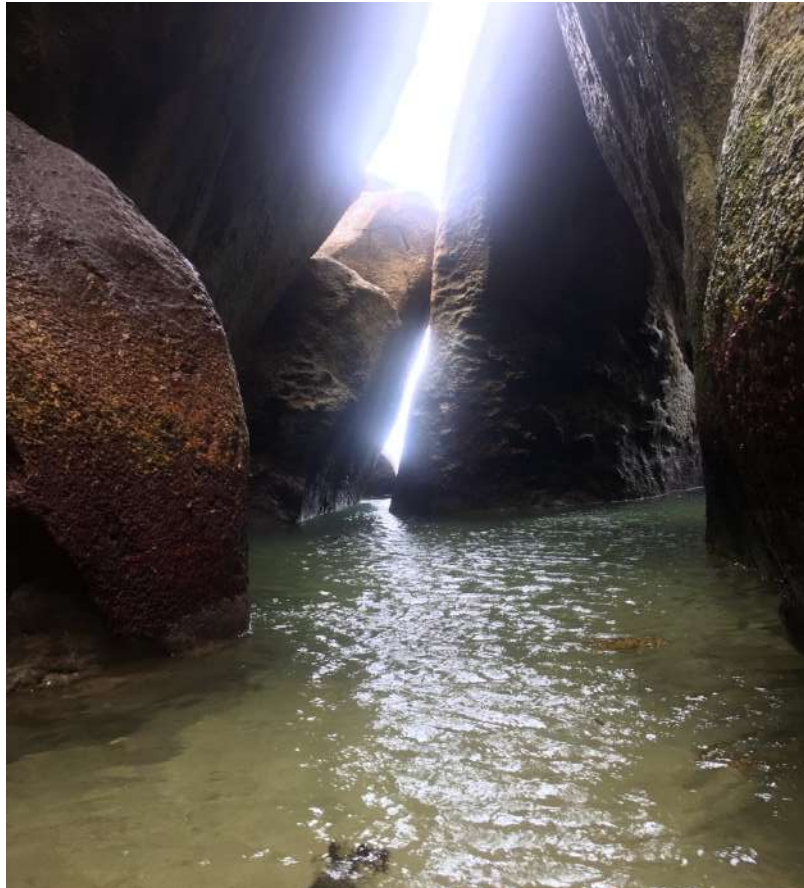
Penulis kemudian diarahkan menuju ke Pulau Kelayang, kembali ke dekat pesisir Pantai Tanjung Kelayang, karena cuaca mulai mendung.

Dengan kondisi cuaca seperti ini, petugas kapal menyarankan untuk tidak berkunjung ke beberapa pulau lainnya, yaitu Pulau Burung dan Pulau Akar, demi alasan keselamatan. Dalam perjalanan menuju Pulau Kelayang, kapal kayu kembali dihempas ombak yang cukup tinggi ditambah turunnya hujan yang cukup lebat. Hingga sampai di Pulau Kelayang, hujan juga belum berhenti, namun tersedia warung dan meja makan untuk berteduh. Penulis dan petugas kapal makan siang di pulau ini sambil menunggu hujan berhenti. Hujan mengguyur kawasan wisata Tanjung Kelayang selama kurang lebih 20-30 menit. Selama hujan, ombak laut terlihat semakin tinggi akibat hembusan angin yang cukup kencang. Beberapa kapal kayu juga memilih untuk berhenti demi alasan keselamatan penumpang dan wisatawan.

Pulau Kelayang memiliki situs granit terbesar diantara pulau-pulau lainnya, bahkan lebih besar dari granit di Tanjung Kelayang. Formasi granit raksasa di Pulau Kelayang membentuk goa yang dapat dimasuki pengunjung. Goa ini tidak terlalu gelap, karena hanya terbentuk dari formasi batuan raksasa yang saling tumpang tindih, tidak menutup rapat, dan tidak berujung atau buntu.

Di dalam goa pengunjung dapat memilih 2 jalur, turun ke air atau naik ke atas puncak granit. Jalur turun menyajikan pemandangan goa berbatu dengan air laut yang bening dan tenang, sedangkan jalur naik menyajikan pemandangan luas ke arah Batu Garuda dan laut lepas. Jalur yang ditempuh untuk masuk ke Goa ini relatif sulit, licin dan tidak

tersedia alat bantu atau *railing*. Sehingga kurang cocok untuk anak-anak yang terlalu kecil maupun lansia.



Gambar 3.16. Goa Kelayang

Pulau Kelayang adalah pulau terakhir yang penulis kunjungi dalam *island hopping*. Setelah mengelilingi Pulau Kelayang dan masuk ke goa, penulis memutuskan untuk menyudahi kunjungan *island hopping*. Penulis kembali ke Pantai Tanjung Kelayang dan pulang ke penginapan.

Pada hari ketiga, penulis melakukan wawancara di Kantor Administrator KEK Tanjung Kelayang, dan menghabiskan hari ketiga untuk berkeliling mengumpulkan aset visual dan dokumentasi. Penulis

juga mengobservasi jumlah media promosi cetak yang tersedia sepanjang aktivitas kunjungan, dari bandara ke pusat kota, dan menuju ke Tanjung Kelayang. Di penghujung hari ketiga, penulis juga mengunjungi pantai yang tidak jauh dari penginapan penulis, yaitu Pantai Tanjung Pendam. Pantai ini hanya berjarak 10 menit dari penginapan penulis, dan sedang dalam keadaan surut ketika dikunjungi. Pantai Tanjung Pendam dipenuhi pengunjung penduduk lokal Belitung yang sedang melakukan aktivitasnya masing-masing, seperti berolahraga dan bersantai atau sekedar menikmati suasana matahari terbenam. Tidak seperti Tanjung Kelayang, biaya masuk ke Tanjung Pendam berbayar, yaitu seharga Rp3.000;00.



Gambar 3.17. Tanjung Pendam

Hari keempat penulis, tidak digunakan untuk berkeliling dan langsung menuju ke bandara pada pagi hari. Setibanya di bandar udara,

penulis hanya melakukan check in bagasi dan kemudian langsung diarahkan untuk menuju ke ruang tunggu keberangkatan. Ruang check in dan ruang tunggu keberangkatan terbilang kecil, hanya tersedia satu buah mini market, dan tidak ada media cetak yang dapat digunakan untuk promosi atau iklan. Penulis kembali ke Jakarta, dengan maskapai Lion Air dan tiba di Bandar Udara Internasional Soekarno Hatta, Cengkareng.

### 3.1.5.2. Analisis Observasi

Berdasarkan pengalaman kunjungan penulis, dapat dipaparkan ketersediaan fasilitas publik yang tersedia di Kabupaten Belitung sebagai berikut dalam tabel:

Tabel 3.1. Ketersediaan Fasilitas Publik

Fasilitas	Ketersediaan	Jumlah
RSUD	Tersedia	1 Unit
RS Swasta	Tersedia	1 Unit
Puskesmas	Tersedia	9 Unit
Puskesmas Pembantu	Tersedia	3 Unit
Dokter Umum	Tersedia	22 Orang
Dokter Spesialis	Tersedia	2 Orang
Dokter Gigi	Tersedia	8 Orang
Perawat	Tersedia	167 Orang
Bidan	Tersedia	90 Orang
Apoteker	Tersedia	7 Orang
Masjd	Tersedia	129 Unit
Langgar	Tersedia	101 Unit

Mushola	Tersedia	57 Unit
Gereja Katolik	Tersedia	1 Unit
Gereja Protestan	Tersedia	8 Unit
Pura	Tersedia	4 Unit
Vihara	Tersedia	6 Unit
Bandara Internasional	Tersedia	1 Unit
Pelabuhan Penumpang	Tersedia	1 Unit
Pelabuhan Angkutan Laut	Tersedia	2 Unit

Daftar ketersediaan fasilitas publik ini merupakan hasil observasi penulis dan data pendukung yang diakses dari website Belitung Info, yang didasari data pemerintah Kabupaten Belitung tahun 2011. Selain fasilitas publik, tersedia juga berbagai fasilitas pariwisata seperti hotel dan sarana transportasi. Ketersediaan fasilitas pariwisata dapat dituliskan pada tabel berikut:

Tabel 3.2. Ketersediaan Fasilitas Pariwisata

<b>Fasilitas Pariwisata</b>	<b>Ketersediaan</b>
Hotel (tidak berbintang sampai bintang 4)	Tersedia
<i>Resort</i>	Tersedia
Penginapan	Tersedia
<i>Rental Mobil</i>	Tersedia
<i>Rental Motor</i>	Tersedia
<i>Rental Kapal Kayu</i>	Tersedia
<i>Direct Flight: National</i>	Tersedia
<i>Direct Flight: International</i>	Tersedia



<i>Shuttle Bus</i>	Tersedia
Kereta	Tidak Tersedia
Ojek Online	Tersedia
<i>Mini Market</i>	Tersedia

Selain ketersediaan fasilitas publik dan fasilitas pariwisata, penulis juga melakukan observasi terhadap ketersediaan media informasi atau media iklan di daerah bandara, pusat kota, dan Tanjung Kelayang. Ketersediaan media informasi tersebut dapat dipaparkan sebagai berikut:

Tabel 3.3. Ketersediaan Media

<b>Lokasi</b>	<b>Media</b>	<b>Jumlah</b>
Bandara	<i>Billboard Horizontal</i>	4
Jalan penghubung Bandara menuju pusat kota	<i>Lightbox</i>	Tersedia setiap 50m sepanjang jalan
Satam Square (pusat kota)	<i>Billboard Vertikal</i>	3
	<i>Billboard Horizontal</i>	1
Tanjung Kelayang	<i>Vertical Banner</i>	Lebih dari 10

Data ketersediaan dan jumlah media merupakan hasil observasi yang penulis lakukan selama kunjungan. Di luar jumlah ini, terdapat juga sejumlah media di jalan besar di pusat kota, dan jalan menuju destinasi

wisata, yang tidak dihitung jumlahnya. Sebagian besar media iklan yang tersedia berupa *billboard* dan *lightbox*.

#### **3.1.5.3. Kesimpulan Observasi**

Berdasarkan observasi dan analisis hasil observasi yang penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pariwisata di kawasan Tanjung Kelayang sangat beragam, terdiri dari *island hopping*, *spot* berenang, *spot diving* dan *snorkeling*, serta wisata geologi (granit dan goa). Kawasan wisata juga terawat dengan baik serta memiliki fasilitas publik dan fasilitas pariwisata yang sudah memadai bagi pengunjung dalam dan luar negeri. Media informasi yang tersedia juga terhitung cukup banyak, didominasi oleh *billboard* dan *lightbox* yang tersebar di Kabupaten Belitung.

#### **3.1.6. Survei Persepsi Target**

Untuk mendukung dan melengkapi penelitian penulis, dilakukan survei persepsi target untuk mendapatkan data yang melibatkan target. Survei persepsi bertujuan untuk mengetahui kesan yang muncul dalam benak target ketika melihat Tanjung Kelayang. Survei sederhana dilakukan terhadap responden mancanegara dan nusantara, yang dianggap termasuk dalam kategori target potensial. Hasil survei ini akan digunakan untuk mempertimbangkan *brand positioning* yang tidak hanya tepat di antara kompetitornya, tetapi juga tepat dalam benak target.

Survei sederhana dilakukan dengan cara memperlihatkan 5-6 foto Tanjung Kelayang kepada responden, dan meminta responden menceritakan impresi atau kesan pertama yang didapat atau dirasakan ketika melihat foto lokasi. Dalam melakukan survei sederhana ini, penulis juga menanyakan apakah responden mengenali destinasi pada foto, pernah mengunjungi destinasi tersebut atau tidak, serta apakah responden pernah mengunjungi pantai serupa. Hasil survei menunjukkan beberapa kesan yang dirasakan responden, yaitu bersih, damai, tenang, segar, tropis, sunyi, jernih, artistik, dan menarik. Sebagian besar responden mengaku tidak mengenali destinasi pada foto, hanya ada beberapa orang responden nusantara yang dapat menyebutkan lokasi destinasi dengan tepat.

#### **3.1.7. Survei Ketertarikan Audiens**

Survei ketertarikan audiens merupakan survei sederhana yang penulis lakukan untuk membantu proses perancangan strategi *brand*. Survei ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui preferensi audiens yang lebih lanjut dengan fungsi unggulan “*island hopping*”. Survei dilakukan terhadap responden yang termasuk dalam kategori target potensial, dengan menunjukkan foto kegiatan *island hopping* di Tanjung Kelayang, kemudian meminta responden memilih preferensinya. Responden diminta untuk memilih apakah lebih tertarik untuk melakukan *island hopping* yang terasa *adventurous* atau *calming*.

Berdasarkan hasil yang penulis dapatkan, responden mengaku lebih tertarik dalam melakukan *island hopping* yang *calming* dari pada *adventurous*. Data ini kemudian penulis pertimbangkan dan olah dalam menyusun *brand strategy* pada perancangan tahap *clarifying strategy*.

### 3.1.8. Observasi Eksisting

Penulis melakukan observasi eksisting dengan tujuan untuk memahami beberapa identitas visual atau *brand* yang telah ada dan digunakan dalam pariwisata Indonesia, dan berskala Internasional. Objek yang penulis gunakan sebagai objek observasi eksisting adalah Wonderful Indonesia dan Belitung Geopark.

#### 3.1.8.1. Wonderful Indonesia

Sebagai bagian dari program pemerintah, khususnya Kementerian Pariwisata, *Wonderful Indonesia* memiliki identitas visual yang dituangkan dengan lengkap dalam sebuah buku dengan 691 halaman. Buku dengan judul *Brand and Design Guideline* ini memaparkan berbagai detil mengenai *brand* dan desain, aset visual, serta peraturan penerapannya dalam berbagai media komunikasi.



Gambar 3.18. *Wonderful Indonesia*

Elemen visual yang digunakan dalam identitas visual *Wonderful Indonesia* adalah *brand mark* dan *letter mark*. *Brand mark* yang digunakan berupa visual burung dengan 5 warna bulu berbeda yang masing-masing warnanya memiliki makna dan mewakili *wonders* di

Indonesia. *Lettermark* yang digunakan bertuliskan “*wonderful indonesia*”, dituliskan dalam *lowercase*, menggunakan *typeface* yang khusus dirancang sebagai identitas visual *Wonderful Indonesia*.

Beberapa versi juga menyajikan identitas yang dikhususkan untuk pariwisata nasional, dengan bentuk dan komposisi serupa, namun tulisan yang berbeda. Tulisan yang digunakan untuk pariwisata nasional adalah “pesona indonesia”. Versi Pesona Indonesia tidak tercantum dalam buku *Brand and Design Guideline Wonderful Indonesia*, sehingga tidak terjamin keresmiannya. Namun, logo ini cukup dikenal masyarakat.

#### **3.1.8.2. Brand Extension Wonderful Indonesia**

*Brand extension* merupakan istilah untuk *brand* turunan dari sebuah *parent brand* atau *brand umbrella* pada *monolithic brand architecture*. Sebagai *brand* pariwisata Indonesia, Wonderful Indonesia memiliki banyak turunan atau *brand extension* berupa destinasi-destinasi pariwisata Indonesia, dengan identitas yang memiliki kemiripan visual.

Beberapa destinasi dengan identitas visual yang resmi sebagai bagian dari arsitektur *brand* Wonderful Indonesia terlihat memiliki identitas visual yang selaras. Namun ada pula beberapa identitas yang resmi merupakan hasil pengelolaan pemerintah, tetapi berbeda secara visual dan hanya berfungsi sebagai *city branding* untuk kawasan tertentu.



Gambar 3.19. *Brand Extension* Wonderful Indonesia

Beberapa *brand extension* yang penulis amati terlihat memiliki kemiripan identitas visual, pada penggunaan warna, anatomi huruf pada *logotype*, serta gaya visual pada *logogram* yang terlihat memiliki banyak lengkungan dan tebal tipis yang beragam. Kemiripan lainnya adalah penggunaan bentuk dasar lingkaran untuk merepresentasikan destinasi wisata yang menawarkan keunggulan wisata lautnya, seperti Bunaken, Wakatobi, dan Raja Ampat.

### 3.1.8.3. Belitong Geopark

*Belitong Geopark* merupakan kumpulan situs geologi, atau yang juga disebut geosite, yang terletak di Pulau Belitong. Kumpulan situs geologi

di Belitung ini mulai dijadikan perhatian pemerintah Belitung sebagai kawasan geologis, yang ditujukan untuk kepentingan konservasi dan edukasi, sejak UNESCO menetapkan Belitung sebagai salah satu situs geologi yang perlu dikonservasi dan digunakan sebagai sarana edukasi.

Identitas visual dan strategi penggunaan identitas visual *Belitung Geopark* tertuang dalam sebuah buku strategi digital berjudul Strategi Visual *Belitung Geopark*. Dalam buku ini, dijelaskan penggunaan identitas visual dalam perspektif kebutuhannya, sebagai penunjuk arah, ikon, mewakili landmark, dan lain lain.



Gambar 3.20. *Belitung Geopark*

Identitas visual *Belitung Geopark* juga terdiri dari *letter mark* dan *brand mark*. *Brand mark Belitung Geopark* merupakan bentuk abstrak dengan tarikan garis menyerupai bentuk Batu Garuda, salah satu situs geologi yang dianggap ikonik di Belitung. *Brand mark* terdiri dari komposisi 6 bentuk dengan warna berbeda yang berdekatan, sehingga memiliki bentuk seperti Batu Garuda. *Letter mark Belitung Geopark* diadaptasi dari sebuah *typeface* yang resmi digunakan sebagai identitas visual *Belitung Geopark*.

### 3.1.9. Observasi Referensi

Penulis melakukan observasi referensi dengan tujuan untuk mempelajari konsep desain visual dan *branding* yang telah diciptakan sebelumnya. Referensi dijadikan

inspirasi untuk menciptakan kebaruan dalam identitas visual dan *branding* yang akan penulis rancang. Penulis menggunakan *Sao Paulo Branding* sebagai objek observasi referensi penulis.



Gambar 3.21. *Sao Paulo City Branding*  
(sumber: [https://www.behance.net/gallery/31122011/Sao-PauloCity?tracking\\_source=search\\_projects\\_recommended%7Ctourism,2020](https://www.behance.net/gallery/31122011/Sao-PauloCity?tracking_source=search_projects_recommended%7Ctourism,2020))

Penulis memilih salah satu karya, *Sao Paulo City Branding* sebagai objek observasi referensi, atas dasar konsep dan pengaplikasian identitas yang unik. Identitas visual Sao Paulo memiliki banyak warna vivid, sehingga mencerminkan keceriaan. Warna dan bentuk pada logo dapat dijadikan elemen grafis dan diaplikasikan sebagai identitas Sao Paulo pada berbagai media. Beberapa bentuk digunakan sebagai gaya potong pada visual poster, atau sebagai *pattern*.

Logo yang memiliki banyak warna juga tidak membuat identitas Sao Paulo menjadi sulit dikenali, karena tetap memiliki warna-warna yang dijadikan warna primer dan selalu muncul sebagai warna yang dominan. Konsistensi *look*



*and feel* juga terjaga dengan baik, sehingga meskipun dengan banyak warna dan implementasi yang variatif, identitas *brand* tetap dapat dikenali dengan jelas.

Referensi lain yang penulis pelajari adalah *Paris City Branding*. *City branding* ini menggunakan elemen ikonik dari sebuah kota, dan dijadikan bagian dari logo. Logo *Paris city branding* terdiri dari logotype, dengan modifikasi yang unik pada huruf-hurufnya. Huruf A dibuat memiliki anatomi khusus sehingga menyerupai menara Eiffel, sebagai landmark ikonik kota.



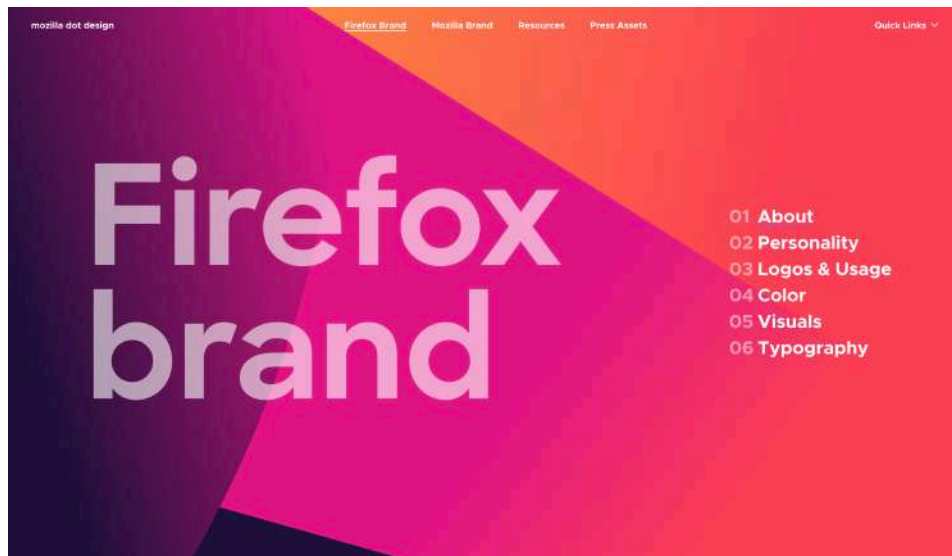
Gambar 3.22. *Paris City Branding*

(sumber: [https://www.behance.net/gallery/37274419/Paris-Convention-and-Visitors-Bureau-Brand-design?tracking\\_source=search\\_projects\\_recommended%7Ctourism](https://www.behance.net/gallery/37274419/Paris-Convention-and-Visitors-Bureau-Brand-design?tracking_source=search_projects_recommended%7Ctourism), 2020)

Penerapan identitas pada berbagai media juga cukup variatif, dapat menggunakan ilustrasi vektor, maupun fotografi. Namun salah satu kelemahan pada visualnya, pada beberapa penerapan, identitas terlihat memiliki kesan yang sedikit berbeda ketika menggunakan ilustrasi dan fotografi.

Penulis juga melakukan observasi terhadap *brand* yang menyediakan *guidelinenya* secara *online*. Salah satu *brand guideline* yang penulis observasi

adalah milik *brand* Firefox. Firefox menyediakan *guideline* serta aset-aset visual pada *platform digital* dengan nama *mozilla.design*, platform ini memungkinkan seluruh pengguna di manapun dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai *brand*, bahkan mengunduh asetnya.



Gambar 3.23. *Firefox Brand Guideline*  
(sumber: <https://mozilla.design/firefox/>, 2020)

Dengan cara ini, Firefox menyediakan berbagai informasi mengenai *brand*, layaknya sebuah *brand guideline* atau *brand book*, namun dalam *platform digital*. Penggunaan *platform digital* juga mencerminkan *value* dan fungsi *brand* Firefox sendiri. Pada *guideline* ini, Firefox menyediakan informasi mengenai nilai-nilai *brand*, *personality*, identitas visual dan tata cara penggunaannya, warna-warna *brand*, visual yang digunakan *brand*, serta tipografi.

### 3.2. Metodologi Perancangan

Metode yang digunakan untuk melakukan perancangan karya dijabarkan dalam poin-poin berikut ini berdasarkan Metodologi Perancangan menurut Alina Wheller dalam *Designing Brand Identity*:

#### 1. *Conducting Research*

Pada proses *conducting research*, dilakukan pencarian informasi yang mendalam terhadap *brand*, perusahaan, atau dalam perancangan ini terhadap destinasi. Informasi yang dikumpulkan direncanakan secara terstruktur agar data yang diperoleh dapat diolah dengan mudah menjadi strategi dalam tahap selanjutnya. Pada tahap ini, pengumpulan informasi dilakukan secara mendalam, yaitu terhadap Tanjung Kelayang secara internal, dan terhadap kompetitornya. Dengan melakukan *conducting research*, diharapkan menghasilkan data yang dapat memperjelas posisi *brand* diantara kompetitornya, keunggulan dan keunikan yang dimiliki *brand*, serta peluang yang dimiliki *brand* dalam pasaran.

#### 2. *Clarifying Strategy*

Setelah data terkumpul, peneliti menganalisis data yang telah diperoleh, sehingga penulis dapat merumuskan perancangan identitas visual yang sesuai dengan tujuan dan dengan target audiens. Pengolahan data pada tahap ini dilakukan dalam rupa perancangan strategi *brand*.

### 3. *Designing Identity*

Berdasarkan data yang telah dianalisis, penulis menentukan konsep beserta keluaran yang akan dihasilkan untuk menuangkan seluruh hasil perancangan. Perancangan konsep termasuk menentukan palet warna dan typeface yang akan digunakan. Setelah konsep selesai, dilakukan tahap perancangan visual yang diawali dengan sketsa hingga digitalisasi.

### 4. *Creating Touchpoints*

Pada tahapan ini, identitas yang telah dirancang kemudian diterapkan kedalam berbagai media. Tahap *creating touchpoints* diawali dengan menentukan media-media yang berkaitan dengan fungsi dan kebutuhan *brand*. Identitas visual yang telah dirancang kemudian diimplementasikan ke dalam media-media tersebut dengan memperhatikan konsistensi identitas. Penentuan peraturan identitas yang dikembangkan juga dilakukan pada tahap ini, seperti warna-warna yang boleh digunakan, *typeface*, *grid* dan *clear area*, jenis visual yang digunakan, hingga ketentuan material cetak.

### 5. *Managing Assets*

Setelah keempat tahap selesai, keseluruhan hasil perancangan dituangkan ke dalam media tertentu, seperti *guideline* atau *brand book*. Hal ini dilakukan agar peraturan dan aset yang telah dirancang dapat tersimpan dengan baik, serta agar dapat digunakan oleh siapapun yang akan mengembangkan atau menggunakan identitas *brand*.